****

****

****

**Problema:** Posibilidades de mercado para la mermelada de México

**Objetivo:** Analizar las oportunidades que tiene México en la exportación de mermelada a América Latina.

Analizar las oportunidades de la mermelada para tener un mejor posicionamiento en el mercado y asi las oportunidades de poder exportar al extranjero

**Preguntas:** ¿Qué le hace falta a la mermelada para ser un alimento clave en l los mexicanos?

¿Que debe hacer México para ser un gran exportador de mermelada?

¿Qué competencias tendría México a nivel mercado sobre la mermelada?

**Hipótesis:** Por la falta de equipos tecnológicos y falta de compromiso de algunas empresas productoras. Las cuales no corren el riesgo de invertir en el extranjero por miedo a no generar ganancia

La mermelada

La mermelada de frutas es un producto de consistencia pastoso gelatinosa que se ha producido por la cocción y concentración de frutas sanas combinándolas con agua y azúcar.

La elaboración de mermeladas es una de las mejores formar para conserva la fruta y como en la mayoría d los casos su producción caseraes mejor que la producción a nivel fabrica.

Las principales características de la mermelada es su color atractivo y fuerte además de que su consistencia se ve gelatinosa.

La mermelada puede confudirse con otros dos términos que son

**-Confituras:**se parecen a la mermelada, pero la gran diferencia entre ellas es el modo de cocción. La fruta puede estar entera o troceada, pero siempre debe cocerse en un [almíbar](http://www.directodelcampo.com/conservas/almibares/). De este modo, las confituras contienen más azúcar que las mermeladas.

**-Jalea:** la jalea es [zumo](http://www.directodelcampo.com/bebida/zumo/) de frutas que se cuece con azúcar hasta que se obtenga una gelatina transparente

La mermelda principalmente contiene

Fruta:

Como es lógico la fruta es lo mas importante para poder crear una mermelada por eso debe ser lo mas fresca posible. Algunas empresas utilizan frutas madura con fruta que recién ha iniciado su maduración y los resultados son bastante satisfactorios

Acido cítrico

Si todas las frutas tuviesen idéntico contenido de pectina y ácido cítrico, la preparación de mermeladas seria una tarea simple, con poco riesgo de incurrir en fallas, sin embargo el contenido de ácido y de pectina varia entre las distintas clases de frutas.

El ácido cítrico es importante no solamente para la gelificación de la mermelada sino también para conferir brillo al color de la mermelada, mejora el sabor, ayuda a evitar la cristalización del azúcar y prolonga su tiempo de vida útil. El acido cítrico se añadirá antes de cocer la fruta ya que ayuda a extraer la pectina de la fruta.

El ácido cítrico se vende en forma comercial bajo la forma granulada y tiene un aspecto parecido a la azúcar blanca, aunque también se puede utilizar el jugo de limón como fuente de ácido cítrico.

Pectina

La fruta contiene en las membranas de sus células una sustancia natural gelificante que se denomina pectina. La cantidad y calidad de pectina presente, depende del tipo de fruta y de su estado de madurez. En la preparación de mermeladas la primera fase consiste en reblandecer la fruta de forma que se rompan las membranas de las células y extraer así la pectina.

La fruta verde contiene la máxima cantidad de pectina; la fruta madura contiene algo menos. La pectina se extrae más fácilmente cuando la fruta se encuentra ligeramente verde y este proceso se ve favorecido en un medio ácido.

La cantidad de pectina a usar es variable según el poder gelificante de ésta y la fruta que se emplea en la elaboración de la mermelada

Conservante

Los conservantes son sustancias que se añaden a los alimentos para prevenir su deterioro, evitando de esta manera el desarrollo de microorganismos, principalmente hongos y levaduras. Los conservantes químicos más usados son el sorbato de potasio y el benzoato de sodio

**¿Como elegir la mermelada?**

En muchas ocasiones, el consumidor no conoce con exactitud el significado que se esconde detrás de cada una de las denominaciones legales de los alimentos: ingredientes, formas de elaboración e, incluso, contenidos mínimos. Esto sucede a la hora de elegir las mermeladas, ya que es fácil dudar entre tomar una mermelada o una [confitura](http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/sociedad-y-consumo/2002/02/05/682.php?page=2) por no saber qué diferencia hay entre ambas.

Otra de las dudas que pueden surgir a la hora de elegir un tipo u otro de mermelada se origina porque hay nuevas versiones con menos azúcar que, sin embargo, siguen manteniendo el característico y buscado sabor dulce. El hecho de que las mermeladas no incluyan entre sus ingredientes azúcar no significa siempre que sean bajas en [calorías](http://www.consumer.es/alimentacion/aprender-a-comer-bien/alimentos-funcionales/tipos/productos-ligth/).

**Mermeladas con azúcar añadido**.

Es la mermelada tradicional que se elabora a base de frutas, pero además se le añada una alta cantidad de azúcar (sacarosa). Esto puede ser un problema para personas que no deben ingerir altos contenidos de azúcar, pues en la mayoría de los casos el producto suele ser en su mayoría azúcar ya que esta, aunada con los ácidos de la fruta actúa como conservador. Por ello las mermeladas duran mucho tiempo en buen estado. Dentro de este tipo de mermelada existen muchos sabores como fresa, melocotón, durazno, kiwi, etc. Y lo único que cambia para su elaboración es la fruta que se utiliza ya que el contenido de azúcar es aproximadamente el mismo.

Estas mermeladas constituyen un aporte energético de entre 180-200 calorías.

**Mermeladas con fructuosa; aptas para diabéticos**.

En la elaboración de esta se sustituye el azúcar común por fructuosa que es un carbohidrato de sabor dulce extraído de la fruta que resulta apto para los que padecen diabetes tipo I.

En algunas ocasiones este tipo de mermeladas se venden como “mermeladas sin azúcar”, lo que lleva a una confusión sobre las calorías que aportan porque aunque se utilice fructuosa en vez de sacarosa, ambos edulcorantes aportan aproximadamente 4 calorías por gramo.

**Mermeladas sin azúcar añadido.**

Estas mermeladas tienen un contenido calórico muy bajo, debido a que los edulcorantes con los que están elaboradas no aportan tantas calorías como el azúcar o fructuosa.

Por lo que para elegir una buena mermelada, se debe leer completa la etiqueta para ver el tipo de azúcar que contiene, aunque si solo se consume de forma ocasional, no hay problema con comer mermeladas tradicionales.

**Etiquetado y mensajes permitidos a los frascos de mermelada**

Existe una normativa que regula los mensajes de los envases de mermelada a las que se les ha modificado su contenido de azúcar, correspondiente al “reglamento 1924/2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos”.

Bajo contenido de azúcar: Una mermelada podrá exhibir este mensaje cuando el contenido de azúcar sea de 5 gramos por cada 100 gramos de producto.

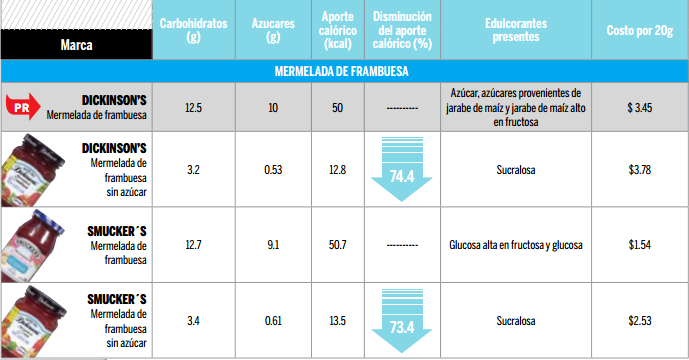
Sin azúcar: Solo se denominaran así las que contengan solo 0.5 gramos de azúcar por cada 100 de producto.

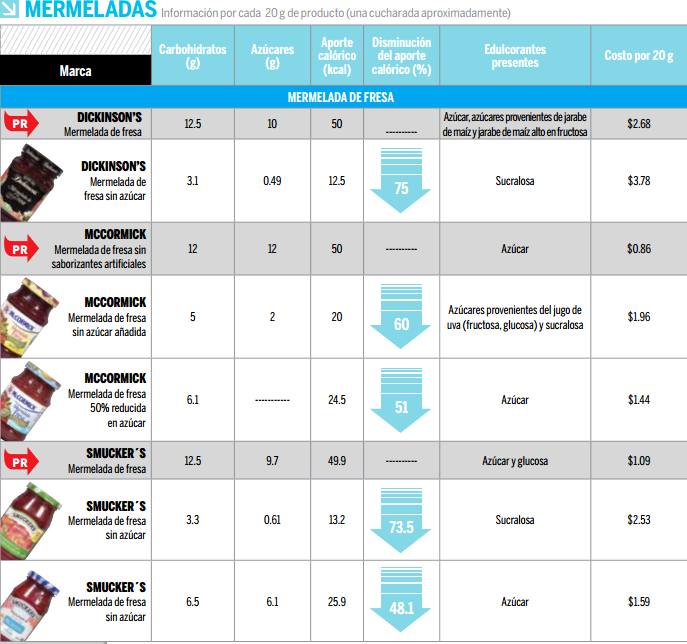
Sin azucares añadidos: Se utilizara este mensaje cuando las mermeladas no contengan ningún tipo de azúcar como fructuosa, sacarosa, etc. Más que las presentes naturalmente en el producto, en el caso de la mermelada de frutas deberá figurar también la indicación de que “contiene azúcares naturalmente presentes”.

**Mermeladas y confituras**

La diferencia entre las mermeladas y las confituras basado en el análisis efectuado por CONSUMER EROSKI 2006, arroja que la única diferencia esta en el contenido de fruta que contienen, pues aunque ambas se elaboran con la cocción de fruta en almíbar, los contenidos de esta son distintos. En el caso de la mermelada tiene un contenido mínimo de fruta entera o triturada del 30%, ya que si la fruta constituye más del 50% se le denomina extra, mientras que en el caso de las confituras además de contener pulpa de frutas el contenido de estas es mínimo del 35% y máximo del 45%, sin considerarse como extra.

Concluyendo, se dice que las mermeladas y confituras son un buen complemento para el desayuno por la cantidad de energía que aportan, aunque se tienen creencias de que contienen muchas calorías no es así, por ejemplo; 20 gramos de mermelada aportan solo 35 calorías y en el caso de las confituras por los mismos 20 gramos se aportan 50 calorías, lo que en una dieta normal no constituye un aportación de importancia.





Para mejorar la venta de los distintos tipos de mermeladas se pueden implementar las fuentes de información primaria que se encuentran en el consumidor del producto y se obtienen de las siguientes formas:

* Observación directa a la conducta del usuario: Acudir a donde el consumidor realiza la compra y mientras elige la mermelada de su preferencia, observamos cual es su conducta, como la elige.
* Método de experimentación: En este el investigador de campo obtiene la información acerca de la conducta del usuario cambiando por ejemplo el envase de la mermelada o la etiqueta, se analiza si el producto se consume en mayor o menos medida.

Esto con productos ya existentes, pero para sacar a la venta un producto nuevo, mediante el:

* Acercamiento y conversación directa con el usuario: Se evalúa el lanzamiento de un nuevo producto mediante una encuesta al consumidor, para saber que incluye el producto de su preferencia y cuáles son los problemas que aquejan a los productos ya existentes.

Cabe señalar que en el giro de la mermelada hay algunas características que el producto debe tener para que este se considere bueno.

Como esta se elabora con frutas, la fruta debe estar en buen estado (con un buen grado de maduración) para que contenga suficiente pectina y acido, una consistencia solida o semisólida, aroma, sabor y color agradables concordes a la fruta con la que se haya elaborado, además de buen contenido calórico, con base en lo explicado anteriormente.

**ENTREVISTA**

Nombre del encuestado: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Edad | Sexo | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | Hombre |  | Mujer | |

1.-¿En su alimentación usted incluye la mermelada?

2.-¿Compra muy seguido mermelada? Tome 1 como casi nunca y 6 siempre

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

3.-¿De que sabor de mermelada es la que mas compra?

4.-¿Ha probado diferentes tipos de sabores de mermelada?

5.-¿Que marca es la que mas consume?

6.-¿Prefiere los productos light?

7.-¿Que es lo menos le gusta de la mermelada?

Consumo

Industria Mermelada Nivel Mundial

No existe una marca mundial reconocida aunque si existe cierta asociación con países productores como Alemania y Francia. El proceso de fabricación es simple, no se requieren grandes inversiones para su fabricación ni tampoco posee mayores restricciones en término de perecibilidad.

El desafío más importante para las empresas participantes del mercado global de

mermeladas esta en reconocer las diferencias de preferencias de los consumidores en relación a sabores, texturas y presentaciones, algo que debe ser tenido muy presente a la hora de analizar los mercados particulares.

Análisis de mercado mundial

En el período comprendido entre los años 2004 al 20061 el comercio mundial promedio de mermeladas y jaleas de frutas fue de U$ 1,2 Billones2 basado en cifras de importaciones con un crecimiento de 10,4% anual para el periodo considerado.

Los principales exportadores de la categoría son:

Ranking País

Exportaciones Promedio

2004-2006

%

1 France $220,211,082 14.5%

2 Turkey $142,881,696 9.4%

3 Germany $122,103,000 8.0%

4 Belgium $106,281,621 7.0%

5 Italy $84,241,048 5.6%

6 Others $841,451,051 55.5%

Fuente: Preparación Propia. Basado en UNComtrade. Cód. 0533. Rev. 1. 2004-2006

Como veremos posteriormente Francia, Alemania, Bélgica e Italia son también grandes importadores de mermelada y jaleas frutales. Mención especial merece el caso de Turquía , que ha consolidado su industria exportadora basada en sus capacidades productivas de cítricos.

Análisis de porter.

La industria de las mermeladas puede ser analizada bajo el modelo de las 5 fuerzas del profesor Porter para una mejor comprensión de industria.

Observándose que:

Amenaza de entrada de nuevos competidores: Existen bajas barreras a la entrada, el producto no requiere fuertes inversiones de capital, los procesos son conocidos y existe múltiples proveedores a escala mundial por la que la amenaza de nuevos competidores es alta.

Rivalidad entre competidores: Con la excepción de Turquía no existen competidores que hayan hecho de la industria de la mermelada un foco de du desarrollo. Aunque si bien existe concentración en algunos actores, estos tienen más relación con las barreras arancelarias que fomentan el comercio entre integrantes de grupos regionales como pudiera ser el caso de Francia y Alemania. Tampoco existen marcas globales que ostenten una posición dominante en los mercados, aunque la presencia de marcas de influencia local no debe desconocerse. Se puede decir que la rivalidad entre competidores es media.

Poder de negociación con los proveedores: Los precios de los principales insumos de la mermelada – frutas y azúcar – vienen dados por las condiciones de mercado al ser productos commodities por lo que el poder de negociación con los proveedores es bajo.

Poder de negociación de los compradores. En general los compradores poseen un alto poder de negociación al ser estos quienes manejan los detalles y características de los mercados. Adicional a esto los compradores tienen una amplia oferta de posibles distribuidores lo que les otorga una posición aún más ventajosa.

Amenaza de productos sustitutos: Existe una alta amenaza de productos sustitutos dado que caen en este categoría todos aquellos productos untables como mantequilla de maní, miel, manjar, mantequilla, margarina, etc.

Por lo anterior puede visualizarse una fuerte rivalidad potencial en la Industria, pero que se limitada por las complejidades que reviste el comercio internacional de bienes y servicios.

Identificación de oportunidades exportadoras.

Los principales países importadores de Mermeladas y Jaleas frutales en el periodo 2004-2006 pueden observarse en la siguiente tabla. Es importante destacar la alta

concentración existente en este Mercado donde los 10 países más importantes

concentran cerca del 60% mundial de la demanda.

Ranking País

Importaciones

Promedio 2004-2006

%

1 Germany $118,632,000 9.9%

2 France $107,197,662 8.9%

3 USA $97,320,673 8.1%

4 United Kingdom $90,316,336 7.5%

5 Russian Federation $74,985,329 6.2%

6 Italy $52,726,158 4.4%

7 Japan $49,545,503 4.1%

8 Netherlands $48,461,516 4.0%

9 Belgium $45,161,625 3.8%

10 Canada $32,718,986 2.7%

11 Australia $28,305,715 2.4%

12 Spain $25,607,063 2.1%

13 Sweden $25,520,427 2.1%

14 Austria $15,114,385 1.3%

15 Others $392,485,094 32.6%

**Total $1,204,098,472 100.0%**

Fuente: Preparación Propia. Basado en UNComtrade. Cód. 0533. Rev. 1. 2004-2006

Sobre esta base, adicional al criterio representado por el tamaño de Mercado, se

considero las ventas per cápita como una medida de concentración para acceder de manera eficiente ha dicho Mercado resultando los siguientes 10 Mercados como prioritarios para analizar:

Germany

France

United Kingdom

USA

Russian

Italy

Netherlands

Belgium

Sweden

Australia

La estrategia general de exportación no dice que el ingreso a los mercados internacionales se induce cuando se satisface la calidad, mediante costos y gastos reducidos, por diferenciación cuando se cobra un precio más alto por un producto distinto y la segmentación de mercado dirigiendo el producto hacia un mercado más amplio o especifico.

Par iniciar la actividad de exportación se tiene que recolectar mucha información; pero para ello existen 2 niveles: interno, sobre el mercado internacional, sobre el producto, el mercado en particular y la competencia.

Información En un nivel interno:

* Revisión de programas de las instituciones del comercio exterior, de apoyo <http://www.siem.gob.mx>
* Programas de las entidades públicas con el comercio exterior.
* Programas de las cámaras sectoriales activas en materia de exportación
* Legislación sobre exportaciones
* Acuerdos bilaterales y multilaterales firmados por el país
* Empresas especializadas en el comercio exterior
* Revisión de estadísticas al comercio exterior.

Información Sobre el mercado internacional:

* Análisis de los flujos de comercio
* Análisis de los acuerdos internacionales
* Análisis de los movimientos cambiarios
* Análisis de los países más activos en la promoción de importaciones

Información específica sobre el producto, el mercado en particular y la competencia.

* Determinar las materias primas, insumos utilizados y prohibidos
* Determinar los diseños modas y condiciones climáticas
* Determinar la gama de modelos presentes
* Analizar las técnicas, de calidad para protección del consumidor y reglamentos sanitarios aplicables
* Determinación de la estructura arancelaria persistente
* Determinación del perfil de los usuarios y la imagen de marca deseada
* Determinar los costos de producción y precios aceptables.
* Determinación de canales de distribución y comerciales
* Determinación de particularidades del proceso productivo
* Determinación de competidores practicas desarrolladas y evaluación de reacciones probables

Evaluación de la posición competitiva en el mercado

La competitividad se evalúa en función del valor de los productos que exportamos respecto del total operado en los diferentes mercados internacionales del mismo producto. La forma tradicional de evaluar la posición competitiva de una empresa se realiza conforme a la metodología de Boston Consulting Group, ubicando a las empresas en virtud de su tasa de crecimiento y su participación relativa en dichos mercados.

La empresas se clasifican en 4 categorías:

Elevado crecimiento y alta participación en el mercado

Elevado crecimiento y reducida participación en el mercado

Bajo crecimiento y reducida participación en el mercado

Bajo crecimiento

|  |  |
| --- | --- |
| Elevado crecimiento y alta participación en el mercado | Elevado crecimiento y reducida participación en el mercado |
| Bajo crecimiento y reducida participación en el mercado. | Bajo crecimiento y alta participación en el mercado. |

Una empresa tiene gran potencialidad de crecimiento si crece de forma acelerada aun cuando su participación en el mercado es reducida.

Tramites de exportación y documentos principales

De acuerdo al procedimiento que presenta Bancomext, se distinguen cuatro flugogramas en cuanto a las exportaciones:

Análisis de la viabilidad inicial

* Evaluación de la capacidad de producción interna o de la capacidad instalada productiva ociosa.
* Evaluación, ajuste y aprovechamiento de ventaja competitiva en cuanto a precios, calidad y empaque.
* Análisis de las posibilidades en el mercado externo.

Análisis de la viabilidad real

* Evaluación y ajuste técnico frente a barreras arancelarias y no arancelarias en el emrcdo externo.
* Solicitud de apoyos respecto a la capacidad financiera para hacer frente a los requerimientos para realizar la exportación.
* Promoción por medio de diversos canales.

Proceso de exportación

* Inicio de las negociaciones
* Celebración de los contratos
* Recepción de pedidos
* Análisis de inventarios y orden de producción
* Diseño de operación: selección del programa de transporte, agente aduanal y de seguros.
* Diseño del programa de cobro
* Seguimiento a destino final de mercancías y de cobro

Proceso de consolidación y perfeccionamiento de las exportaciones

* Evaluación y ajuste de la posición del producto en el mercado
* Establecer alianzas estratégicas (diversificación de compradores, exclusividad, marcas privadas, etc.)
* Monitoreo continuo y retroalimentación del comportamiento en el mercado

Esto es para que lo pongas en la presentación ya no lo escribí bien ☺

Documentos principales Factura comercial

Despacho aduanal

Certificación de calidad y cuantificación de mercancías

Otros documentos RFC Carta de encargo para el embarque

Recomendaciones generales para la exportación de mermelada a otros países:

* Como nos enfrentamos a una gran dimensión y competitividad en el mercado, debido a que las mermeladas pueden ser preparadas en casa, para la entrada del producto a un nuevo lugar se recomienda limitar esa entrada, es decir no querer abarcar un gran espacio al inicio, ya que si entraremos a un país intentamos focalizar un estado o parte de él, que en términos geográficos sea conveniente y el mercado esté abierto a la inserción del producto.
* Formar una red de contactos en donde pretendamos vender nuestro producto, con el fin de más adelante poder crear una alianza estratégica para su venta.
* Analizar las tendencias al consumo para siempre que se pueda adelantarse a la competencia, si es factible la adaptación constante de nuestro producto para acrecentar nuestro potencial en el mercado.
* Hacer intensivas las campañas promocionales genéricas sobre el consumo de mermeladas, aprovechando recursos como el que nos ofrece a promoción de la fruta, ya que con esta se elabora nuestro producto y al ser la fruta de nuestro país buena se puede deducir que nuestra mermelada también lo será.

**CONCLUSIONES**

En base a la investigación de campo deducimos que la mayoría de personas prefieren el sabor fresa de mermeladas, aunque creemos que es porque esa mayoría no se interesa por probar sabores exóticos de la misma, pocas personas en la encuesta respondieron que si prefieren los productos light, ya que la mayoría de personas piensan que cambiara el sabor o que las etiquetas sobre los azucares contenidos y las calorías que aportan son información falsa para aumentar el precio del producto. La marca de preferencia de las personas de nuestra muestra resulto ser la mcormik, investigando un poco más sobre estas llegamos a la conclusión de que su sabor era bueno a un precio medio, mermeladas como la costeña tienen un precio más bajo y clemente Jacques un precio más alto, y la mayoría de la gente se guía por que el de precio medio seguro tiene buena calidad.

Algún cambio que realizaríamos a las mermeladas sería un cambio en el envase, ya que al preguntar si el diseño era bueno, la mayoría de gente respondió que era muy similar el de todas, y como en lo personal creemos que es pesado y peligrosos al ser de vidrio lo cambiaríamos por un envase blando apachurrable, aunque tendríamos que investigar que tipo de polímeros se deben utilizar para no alterar las propiedades del contenido del frasco.